

ANALISIS DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Mohammad Rizki Maulana¹, Andi Amri²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA, Indonesia

Korespondensi, author : mohammadrizkimaulana6@gmail.com,

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of handling of complaints, perceptions of information technology and risk on customer interest in using internet banking at Bank Syariah Indonesia. This research method is quantitative with a causality approach. The data obtained was analyzed by multiple linear regression and assisted by using the SPSS Statistics 25 application. The results of this research concluded that the Handling of Complaints (X_1) significance value was $0.040 < 0.05$ (smaller). This shows that handling of complaints (X_1) has a significant influence on the interest of Bank Syariah Indonesia customers in using internet banking. Perception of information technology (X_2) has a significance value of $0.010 < 0.05$ (smaller). This shows that Perception of Information Technology (X_2) has a significant influence on the interest of Bank Syariah Indonesia customers in using internet banking. on the risk variable (X_3) the significance value is $0.041 < 0.05$ (smaller). This shows that Risk (X_3) has a significant influence on the interest of Bank Syariah Indonesia internet banking. the variables (simultaneous) handling of complaints (X_1), perception of information technology (X_2), risk (X_3) on customer interest (Y) have a significance of $0.000 < 0.05$ (smaller). This shows that handling of complaints (X_1), perception of information technology (X_2), risk (X_3) have a significant influence on Bank Syariah Indonesia customers' interest in using internet banking.

Keywords: *Handling of complaints, perceptions of information technology and risk*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *handling of complaint*, persepsi terhadap teknologi informasi dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Indonesia. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Data yang diperoleh dianalisis regresi linear berganda dan dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistics 25. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Handling of Complaint* (X_1) nilai signifikansinya $0,040 < 0.05$ (lebih kecil). Hal ini menunjukkan *Handling of Complaint* (X_1) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Persepsi teknologi informasi (X_2) nilai Signifikansinya $0,010 < 0.05$ (lebih kecil). Hal ini menunjukkan Persepsi Teknologi Informasi (X_2) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. pada variabel risiko (X_3) nilai signifikansinya $0,041 < 0.05$ (lebih kecil). Hal ini menunjukkan Risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Pada variabel (simultan) *Handling of Complaint* (X_1), persepsi teknologi informasi (X_2), risiko (X_3) terhadap minat nasabah (Y) memiliki signifikansi sebanyak $0.000 < 0.05$ (lebih kecil) dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa *handling of complaint* (X_1), persepsi teknologi informasi (X_2), risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*.

Kata Kunci: penanganan pengaduan, persepsi teknologi informasi dan risiko

PENDAHULUAN

Zaman yang berkembang pesat dari revolusi industri pertama hingga revolusi industri kelima menjadikan bermacam-macam teknologi baru yang membantu umat manusia untuk memudahkan segala aktifitas sehari-harinya. Kemunculan-kemunculan ini meningkatkan peran manusia dalam berperilaku inovatif, kreatifitas dan mengoptimalkan kemampuan mereka dalam menciptakan teknologi-teknologi yang baru. Indonesia juga mengalami kemajuan ekonomi dan teknologi yang maju, seperti adanya teknologi informasi yang dapat dilihat dan dirasakan oleh masyarakat Indonesia.

Perkembangan *internet banking* juga membutuhkan aplikasi *internet* yang memadai dari penggunaan. (*Internet World Stats*, 2023) bahwa per Juli 2022, 76,3% masyarakat Indonesia sudah *online*, menjadikannya salah satu negara pengguna *internet* di Asia Tenggara.

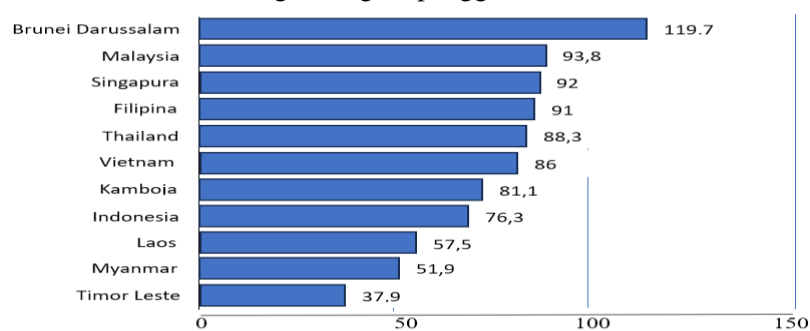
Tabel. 1 Daftar Negara Pengguna *Internet* di Asia

Nama Negara	Jumlah Penduduk	Pengguna <i>internet</i> July 2022	<i>Penetration</i> % Populasi	<i>User</i> Asia
Malaysia	33,049,551	30,987,000	93,8%	1,1%
Indonesia	278,268,685	212,354,070	76.3%	7,2%
Jepang	127,202,192	118,626,672	93.3%	4.0%
Singapura	5,925,416	5,451,383	92.0%	0.2%
Korea Selatan	51,340,112	49,799,909	97.0%	1.7%

Sumber: (*Internet World Stats*, 2023)

Berdasarkan data, 76.3% dari perkiraan 278,26 juta penduduk Indonesia menggunakan *internet*. Malaysia dengan akses *internet* sebesar 93,8%, Jepang dan Singapura dengan *internet* sebesar 93,3% dan 92,0%, Korea Selatan dengan akses *internet* terbesar di antara kelima negara tersebut yaitu sebesar 97,0%. Dapat diasumsikan bahwa Indonesia berada pada posisi terakhir di antara tiga negara maju dan Indonesia menduduki peringkat pertama dalam klasifikasi populasi di Asia dari tiga negara maju.

Gambar. 1 Tingkat negara pengguna *internet* di Asia 2022



Sumber: (Annur, 2023)

Menurut (Annur, 2023) menjelaskan bahwa data *Internet World Stats*, akses *internet* Indonesia berada di peringkat kesembilan di Asia Tenggara. Sementara itu, Brunei Darussalam menduduki peringkat negara Asia Tenggara dengan peningkatan akses *internet* terbesar, yakni sebesar 119,7%. Menurut Statistik *Internet* Dunia, jumlah pengguna *internet* di Negeri Petro Dollar itu meningkat menjadi 531 ribu dari perkiraan populasi 444 ribu. Malaysia berada di peringkat kedua, dengan 93,8% penduduknya memiliki koneksi *internet*. Singapura dan Filipina berada di peringkat ketiga dan keempat dalam hal tingkat koneksi *internet*, masing-masing dengan 92% dan 91%. Selain itu, Timor Leste memiliki tingkat konektivitas *internet* terendah di kawasan ini, yakni sebesar 37,9%. Seperti dilansir Statistik *Internet* Dunia. Selain itu, data menunjukkan bahwa Indonesia kini memiliki akses *internet* yang melebihi rata-rata Asia dan dunia. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan suatu hal yang berkembang pesat dan dinamis selama era digital. Ini membawa berbagai keuntungan dan prospek baru bagi berbagai bidang ilmu, seperti manajemen produksi dan operasi, tetapi juga membawa berbagai masalah dan ancaman baru (Haris & Anwar Sani, 2023).

Efektivitas, kecepatan dan kemampuan beradaptasi waktu, biaya dan kualitas merupakan petunjuk yang penting bagi keputusan pembelian pembeli saat ini, karena pembeli memiliki kapasitas untuk mempengaruhi perdagangan, maka harus serius dipikirkan oleh para pengelola keuangan, inilah yang terbaik. Akibat perubahan mekanis juga integrasi internasional, sektor bisnis yang memiliki *difference* situasi pasar di masa lalu (Melinda Lestari, 2020). Mengingat fakta bahwa banyak masyarakat saat ini menggunakan teknologi untuk mencari kebutuhan dasar mereka. Seolah-olah semua manusia ada dan dapat dipenuhi dengan teknologi (Taryono, 2022).

Menurut (Arizona, 2016) Berkat kemampuan teknologi informasi untuk meningkatkan kemahiran dan kelangsungan proses bisnis, navigasi manajemen, dan upaya terkoordinasi kelompok kerja, berbagai organisasi dapat memperoleh keunggulan dalam sektor bisnis yang berkembang pesat. Dengan asumsi seseorang mempunyai ketertarikan terhadap suatu barang, maka ia akan mempunyai kekuatan atau keinginan untuk melakukan berbagai gerakan dengan tujuan akhir untuk mendekati atau memperoleh barang tersebut. Hal ini dikenal sebagai minat pribadi (Rizkitasari & Nugroho, 2013). Nasabah dapat menggunakan sistem *internet* perbankan secara efektif, mereka ingin menggunakannya untuk melakukan pertukaran perbankan. Persepsi kemudahan dalam penggunaan menunjukkan bagaimana berdampak besar pada minat nasabah terhadap *internet banking*. (Maharsi & Mulyadi, 2007).

Pada tahun 2023, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) akan memiliki 19,65 juta nasabah di seluruh dunia, menjadikannya bank syariah terbesar. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia berkomitmen untuk mengutamakan kenyamanan nasabah dalam setiap transaksinya. Layanan yang berbasis digital juga masih terus berkembang. Total jumlah nasabah BSI *Mobile* saat ini sebanyak 6,3 juta. 86% akun dibuka menggunakan *online onboarding* (OOB). Total ada 376,41 juta transaksi yang diselesaikan, meningkat 41,28% *year-over-year* (yoy).

Sementara jumlah transaksi meningkat Rp 476,42 triliun secara tahunan. Selain itu, Bank Syariah Indonesia memiliki 2.564 ATM dan lebih dari 1.100 kantor cabang dengan teknologi optimal. Dengan 86.2 ribu agen BSI *Smart* yang tersebar di seluruh Indonesia dan dilengkapi dengan kemampuan digital banking, jaringan Bank Syariah Indonesia semakin kokoh. Nasabah juga dapat melakukan transaksi skala kecil melalui layanan ini untuk mendukung kebutuhan layanan regulernya. Misalnya pembukaan rekening, pemrosesan pengaduan, pemrosesan transaksi penyetoran pajak, penyetoran atau penarikan tunai, transaksi pembayaran pertamina dan institusi, dan lain sebagainya (Laraspati, 2024).

Pemanfaatan *internet banking* pada nasabah diharapkan memiliki ID dan PIN untuk menjalankan aplikasi. Dengan demikian dilakukan untuk memberikan keamanan kepada nasabah. Nasabah dimintai untuk berhati-hati setiap melakukan transaksi finansial, meskipun demikian kejahatan terhadap jaringan internet dan layanan *internet banking* masih tetap ada (Iqbal, *et al.*, 2022). (Sri Maharsi & Fenny Fenny, 2006) dengan adanya *internet* bisa menjadikan kesempatan terbukanya pintu tindakan kriminal yang merugikan. Selain itu, nasabah juga harus berwaspada pada pihak-pihak mencurigakan, peretas *hacker* yang bisa melakukan bermacam-macam penipuan.

Penulis penelitian ini menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi minat konsumen, yakni *Handling of Complaint*, Persepsi Teknologi Informasi, Risiko. Pada *Handling of Complaint* memberikan pengaruh dampak positif dari minat nasabah dalam *internet banking*, didukung oleh tiga penelitian terdahulu yakni (Matnin *et al.*, 2021), (Aulia & Wazdi, 2022), (Susanti, 2021). Sementara itu, persepsi Teknologi Informasi terbukti berdampak positif terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Hal ini dikuatkan oleh tiga penelitian sebelumnya, yakni (Iksan & Hakim, 2024). Sementara itu, variabel Persepsi Teknologi Informasi jelas mempengaruhi positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Hal ini dikuatkan oleh tiga penelitian sebelumnya, yakni (Asti *et al.*, 2021), (Fitriyani *et al.*, 2021), (Deria & Wiryawan, 2022) yang dimana semakin tinggi tingkat persepsi teknologi informasinya juga semakin positif minat seseorang terhadap perkembangan teknologi. Sementara satu penelitian ini (Zenna Mya Eka Pratiwi, 2016) menunjukkan dampak hubungan negatif antara minat nasabah dan persepsi teknologi informasi. Terakhir pada variabel Risiko terhadap minat nasabah menjelaskan bahwa risiko ini berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, hal ini telah didukung oleh satu penelitian terdahulu, yakni (Aulia & Wazdi, 2022) sementara penelitian ini menemukan terdapat tiga penelitian terdahulu, yakni (Matnin *et al.*, 2021), (Iksan & Hakim, 2024) (Rahma *et al.*, 2022) yang menganggap risiko itu memberikan dampak negatif dan tidak positif secara parsial.

Penelitian (Matnin *et al.*, 2021) penelitiannya hanya berfokus pada nasabah secara langsung dan satu studi kasus saja. (Aulia & Wazdi, 2022) terdapat kurangnya jumlah nasabah dalam menggunakan teknologi, memiliki 50% responden yang ragu-ragu dan *internet banking* memiliki jawaban ragu-ragu terhadap 51% responden. Penelitian (Susanti, 2021) menjelaskan bahwa penelitian

ini memiliki ruang lingkup yang sempit atau hanya pada satu lokasi saja, pada penelitian selanjutnya akan dilakukan dengan penelitian yang lebih luas. (Iksan & Hakim, 2024) menjelaskan penelitian ini juga memiliki cakupan variabel yang sempit dan meminta kepada penelitian selanjutnya agar memperluas variabel dari penelitian sebelumnya. (Asti *et al.*, 2021) menggunakan ruang lingkup yang sempit atau hanya ada pada satu lokasi. Penelitian (Deria & Wiryawan, 2022) dan (Zenna Mya Eka Pratiwi, 2016) memiliki ruang lingkup yang terbatas pada satu lokasi saja. Penelitian (Rahma *et al.*, 2022) hanya eksklusif untuk nasabah BSI berlokasi di Kabupaten Wonosobo.

Penelitian ini memiliki objek kajian *internet banking* yang jarang dibahas, dan penelitian ini hanya memiliki satu ruang lingkup yang sempit yaitu Bank Syariah Indonesia. Masalah yang ada dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan *handling of complaint*, persepsi teknologi informasi dan risiko ini apakah bisa berpengaruh terhadap bagian dari keseluruhan nasabah dalam mengikuti perkembangan zaman menggunakan *internet banking* Bank Syariah Indonesia. Mengingat landasan-landasan dan usulan dari penelitian sebelumnya, penulis termotivasi untuk mencoba menyelesaikan eksplorasi lebih jauh daripada eksplorasi sebelumnya dan untuk mengetahui apakah “Analisis Determinan yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Syariah Indonesia”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kausalitas. Pendekatan kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk menentukan keadaan dan hasil yang logis antara variabel *independent* dan variabel *dependent*. (Sugiyono., 2018) Karena ingin melihat variabel *independent* (X) dan *dependent* (Y). Populasi pengguna *internet banking* Bank Syariah Indonesia disepakati sejumlah 500 orang. Sampel tersebut berfokus pada pengguna memanfaatkan *internet banking* di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan kesimpulan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus slovin mendapatkan 100 partisipan.

Penelitian ini memiliki variabel yaitu *independent* dan *dependent*. Variabel yang *independent* meliputi *Handling of Complaint* (X₁), Persepsi Teknologi (X₂), Risiko (X₃) dan variabel *dependent* hanya ada satu yaitu minat nasabah (Y). Sedangkan lingkup yang tersedia dalam penelitian ini meliputi Pengaruh *Handling of Complaints*, Persepsi Teknologi Informasi, dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Syariah Indonesia. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan data primer dan alat ukurnya skala likert.

Kriteria sampel penelitian ini terdiri dari beberapa syarat: 1) Usia responden, minimal 17-50 years, 2) Jenis gender responden, berupa pria dan wanita, 3) Nasabah Bank Syariah Indonesia, minimal satu tahun ke atas, 4) Tingkat pendidikan responden, minimal dari Sekolah Menengah Atas, 5) Jenis pekerjaan responden, berupa pelajar, PNS/Swasta, Wiraswata, Ibu Rumah Tangga.

Teknik pengumpulan data adalah dengan cara melakukan observasi, peneliti terjun langsung mengumpulkan data di lokasi penelitian, yaitu Bank Syariah Indonesia. Wawancara, pengumpulan data memerlukan banyak pertanyaan kepada nasabah dan Bank Syariah Indonesia. mengenai pengaruh *handling of complaint*, persepsi teknologi informasi dan risiko terhadap minat nasabah. Studi pustaka, informasi data ini diambil dari laporan penelitian, buku, peraturan, dan ketetapan saling *sustainable* pada topik penelitian. Kuesioner, hasil yang tersedia sebelum di analisis melalui beberapa pertanyaan-pertanyaan penulis yang mencakup penggunaan teknologi informasi, menangani keluhan dan risiko yang berkaitan dengan kepentingan pelanggan. Data ini dianalisis menggunakan *multiple linear regression* dan *software SPSS Statistics Version 25*. Rumus *multiple linear regression* adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y₁: Hasrat Nasabah

X₁: *Handling of Complaint*

X₂: Persepsi Teknologi Informasi

X₃: Risiko

a: Nilai Tetap

b₁: Koefisien Regresi *Handling of Complaint*

b₂: Koefisien Regresi Persepsi Tek. Informasi

b₃: Koefisien Regresi Risiko

Uji-uji yang digunakan berupa: Uji *Reliability and Validity*, Uji *Classic Assumption (Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity)*, Uji *Multiple Linear Regression*, Uji *Partial*, Uji *Simultaneous*, Uji *Coefficient of Determination (R²)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Validitas

Tabel. 3 Uji Reliabilitas dan Validitas

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Y: Minat Nasabah	0,863	10
X ₁ : <i>Handling of Complaint</i>	0,875	9
X ₂ : Persepsi Teknologi Informasi	0,793	10
X ₃ : Risiko	0,824	6

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS *Statistics 25*, Uji Reliabilitas dan Validitas, 2024

Berdasarkan tabel.3 uji realibilitas dalam penelitian sudah reliabel jika sudah > 0,7. Dari tabel 3 diatas dapat dilihat bahwasannya baik variabel *independent* dan *dependent* semuanya sudah diatas 0,7 dan dengan skor paling tinggi ada di variable X₁: *Handling of Complaint* sebesar 0,875 dan skor paling kecil adalah X₂: Persepsi Teknologi Informasi sebesar 0,793. Sementara untuk validitas dari seluruh item pertanyaan semuanya sudah valid sesuai ketentuan 0,3.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas dapat ditentukan berdasarkan pengaruh statistik yang diperoleh dari gambaran P.P Normal. Jika sebaran datanya tersebar dan berbentuk diagonal, maka disimpulkan menjadi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel.4 Uji Multikolinieritas

Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
X ₁ : Handling of Complaint	0,557	1,794	tidak terjadi gejala multikolinearitas
X ₂ : Persepsi Teknologi Informasi	0,557	1,795	tidak terjadi gejala multikolinearitas
X ₃ : Risiko	0,976	1,023	tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS Statistics 25, Uji Multikolinieritas, 2024

Berdasarkan tabel diatas variable *independent* dapat disimpulkan bahwa asumsi multikolinearitas sudah terpenuhi atau tidak ada gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengaruh di lihat dari uji heteroskedastisitas dapat dikatakan bahwa asumsi uji heteroskedastisitas telah terpenuhi atau tidak ada pola yang terlihat pada data, karena sebaran data tersebar mengacak dari angka 0.

Uji Regresi Linear Berganda

Hasil dari pengujian ini menggunakan *multiple linear regression* dapat disajikan berikut ini:

Tabel. 5 Uji Regresi Linear Berganda

Variable	B	Std. Error
(Constant)	21.012	5.952
X ₁ : Handling of Complaint	.244	.189
X ₂ : Persepsi Teknologi Informasi	.389	.148
X ₃ : Risiko	-.219	.106

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS Statistics 25, Uji Regresi Linear Berganda, 2024

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan dari regresi sebagai berikut: Nilai Y = 21.012 (Constant) didapat dari tambahan *handling of complaint* X₁ (+ 0,244), Persepsi Teknologi Informasi X₂ (+ 0,389), Risiko X₃ {+(-0,219)} + e (lainnya).

Uji T (Parsial)

Pengujian terhadap pengaruh dari dua varibel *independent dan dependent*:

Tabel.6 Hasil Uji T (Parsial)

Model	B	t	Sig.	
1	(Constant)	21.012	3.685	.001
	Total_X ₁	.244	1.781	.040
	Total_X ₂	.389	2.633	.010
	Total_X ₃	-.219	-2.072	.041

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS Statistics 25, Uji T (Parsial), 2024

Hipotesis Pengaruh *Handling of Complaint* (X₁) terhadap Minat Nasabah (Y)

H₀ : Tidak ada Pengaruh dari *handling of complaint* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H₁ : Adanya pengaruh signifikansi dari *handling of complaint* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa *handling of complaint* (X₁) H₀ ditolak dan H₁ diterima. Nilai Signifikansinya 0,040 < 0.05 (lebih kecil) sedangkan

untuk T_{hitung} sebanyak $1.781 >$ dari T_{tabel} sebanyak 1.661 . Kesimpulan bahwa hasil ini menunjukkan *handling of complaint* (X_1) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*.

Hipotesis Persepsi Teknologi Informasi (X_2) terhadap Minat Nasabah (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh dari persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H_2 : Adanya pengaruh signifikansi dari persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa persepsi teknologi informasi (X_2) H_0 ditolak dan H_2 diterima. Nilai Signifikansinya $0,010 < 0.05$ (lebih kecil) sedangkan untuk T_{hitung} sebanyak $2.633 >$ dari T_{tabel} sebanyak 1.661 . Kesimpulan bahwa hasil ini menunjukkan Persepsi Teknologi Informasi (X_2) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*.

Hipotesis Risiko (X_3) terhadap Minat Nasabah (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh dari risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H_3 : Adanya pengaruh signifikansi dari risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa risiko (X_3) H_0 ditolak dan H_3 diterima. Nilai Signifikansinya $0,041 < 0.05$ (lebih kecil) sedangkan untuk T_{hitung} sebanyak $-2.072 <$ dari T_{tabel} sebanyak 1.661 . Kesimpulan bahwa hasil ini menunjukkan Risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*.

Uji F (Simultan)

Uji F membandingkan variabel *independent* dan *dependent* secara seimbang. Dalam menguji hipotesis, ada dua metode yang menggunakan uji F sebagai pedoman atau acuan. Langkah utama merupakan hitungan nilai yang berpengaruh (Sig.) atau nilai yang memungkinkan untuk menghasilkan hasil *analysis of variance*. Langkah berikutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . (Raharjo, 2016)

Tabel.7 Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
Regression	9.011	.000 ^b

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS *Statistics 25*, uji F (Simultan) primer 2024

H_0 : Tidak ada pengaruh dari *handling of complaint*, persepsi teknologi informasi, risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H_1 : Adanya pengaruh signifikansi dari *handling of complaint*, persepsi teknologi informasi, risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa *handling of complaint* (X_1), persepsi teknologi informasi (X_2), risiko (X_3) terhadap minat nasabah (Y) memiliki signifikansi sebanyak $0.000 < (\text{lebih kecil})$ dari 0.05 . Sedangkan F_{hitung} sebesar $9.011 >$ dari F_{tabel} 2.70 . Kesimpulan bahwa hasil menunjukkan bahwa *handling of complaint* (X_1), persepsi teknologi informasi (X_2), risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*.

Koefisiensi Determinasi (R^2)

Besarnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* ditunjukkan dengan koefisien determinasi. Untuk koefisiensinya terdapat tiga variabel *independent* menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel.8 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.195	4.555

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS *Statistics* 25, Uji R^2 , 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai *R square* (*handling of complaint*, persepsi teknologi informasi, dan risiko) sebesar $0,220$ yang menunjukkan bahwa variasi simultan seluruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (minat nasabah) mempunyai pengaruh sebesar 22 sedangkan variabel eksternal lainnya mempengaruhi sisanya sebesar 78% . Persamaan regresi atau faktor-faktor seperti kenyamanan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tujuan pembahasan ini adalah untuk mengetahui hal yang memotivasi nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Mengumpulan data primer berasal dari 100 responden. Dan aplikasi SPSS *Statistics* 25 digunakan untuk mengolah data tersebut, berikut ini ditemukan beberapa analisis data:

Pengaruh *Handling of Complaint* terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*

Hasil ini menunjukkan *handling of complaint* (X_1) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Variabel *handling of complaint* ini memberikan penanganan masalah yang lebih unggul dari biasanya. Penelitian ini tidak sejalan dengan (Iksan & Hakim, 2024) yang dimana penelitian ini menganggap bahwa *handling of complaint* tidak signifikan terhadap minat nasabah lalu diperjelas dengan alasan banyak nasabah mengajukan pengaduan, namun bank gagal mengatasinya secara efisien, benar, dan memuaskan. Kepentingan nasabah dapat dirugikan jika keluhan mereka mengenai layanan perbankan *online* tidak terselesaikan. Ketika keluhan tidak diselesaikan dengan cepat atau efektif, nasabah mungkin menjadi tidak puas dan kurang tertarik menggunakan *online banking*.

Menurut (Gagliano & Hathcote, 1994) menjelaskan bahwa layanan pelanggan yang buruk memiliki konsekuensi besar dalam jangka pendek dan panjang, maka penting untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan. Kesimpulan

bahwa kekecewaan nasabah bisa menjadi dampak buruk untuk perusahaan jika tidak diberi solusi yang baik dapat menyebabkan nasabah atau pelanggan akan lari dan perusahaan akan mengalami kerugian.

Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*

Hasil ini menunjukkan Persepsi Teknologi Informasi (X_2) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Persepsi Teknologi Informasi memiliki manfaat yang digunakan nasabah untuk memudahkan masalah yang rumit, seperti dari transaksi-transaksi yang harus ke kantor cabang untuk bertransaksi, dan sebagainya. Dengan adanya teknologi informasi ini nasabah tidak memerlukan waktu lagi untuk melakukan kegiatan-kegiatan transaksi lainnya. Penelitian ini sejalan dengan (Matnin *et al.*, 2021) yang dimana penelitian ini menganggap bahwa Persepsi Teknologi Informasi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial lalu diperjelas dengan alasan bahwa teknologi memungkinkan penyebaran informasi sehingga penerimanya dapat menerimanya, sehingga timbul komunikasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi, masyarakat kini dapat mengakses segala macam teknologi melalui berbagai media dan *internet*, bahkan teknologi yang saat ini masih asing di telinga mereka, seperti teknologi perbankan *online*.

Menurut (Arasy, 2015) Teknologi meningkatkan daya saing dan meningkatkan kualitas hidup. Akibatnya, salah satu tugas teknologi informasi adalah memahami berbagai jenis data yang diinginkan organisasi atau individu untuk mendapatkan apa yang mereka perlukan. Kesimpulannya adalah bahwa teknologi meningkatkan kualitas dan kecepatan hidup untuk menyelesaikan tugas mereka, jadi tidak memerlukan banyak waktu untuk menyelesaikan tugas-tugas lainnya.

Pengaruh Risiko terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*

Hasil ini menunjukkan Risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang ditemukan oleh (Kasman, 2023) yang dimana penelitian ini menganggap bahwa Risiko memberikan pengaruh negatif dan signifikansi terhadap minat nasabah lalu diperjelas bahwa semakin menurunnya sebuah risiko pada perusahaan akan menambah pengaruh positif terhadap minat nasabah.

Menurut (Theriady & Ginting, 2015) Risiko adalah kemungkinan hasil buruk, seperti kehilangan sesuatu atau kebakaran dan lainnya. Meminimalkan sebuah risiko akan berpengaruh baik perusahaan dapat mengurangi kemungkinan dampak buruk terhadap tujuan atau operasi mereka dengan memperkuat kapasitas mereka untuk mengenali, mengevaluasi, dan mengelola risiko.

Pengaruh *Handling of Complaint*, Persepsi Teknologi Informasi, dan Risiko Terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*.

Hasil menunjukkan bahwa *handling of complaint* (X_1), persepsi teknologi informasi (X_2), risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *internet banking*. Penelitian ini didukung oleh (Aulia & Wazdi, 2022) yang dimana secara simultan variabel *independent* secara bersama-sama mempengaruhi minat nasabah secara signifikan. Menurut (Agustina et al., 2018) keinginan seseorang untuk memanfaatkan teknologi dapat diantisipasi berdasarkan tingkat perhatiannya terhadap teknologi. Kesimpulannya bahwa ada pengaruh dari *handling of complaint* memberikan dampak yang positif untuk mempertahankan loyalitas minat nasabah ditambah dengan perkembangan teknologi informasi ini melancarkan pelanggan dalam menyelesaikan bisnis. dan memberikan informasi terhadap pelanggan terkait data pribadi dan bahayanya resiko terhadap *cybercrime* yang semakin banyak.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah *Handling of Complaint* (X_1) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah karena banyak nasabah merasa senang dengan pelayanan yang dilakukan secara efisien, benar, dan memuaskan. Persepsi Teknologi Informasi (X_2) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah karena dengan perkembangan teknologi nasabah kini dapat dengan mudah dalam bertransaksi dimanapun berada tanpa harus datang ke bank secara langsung. Risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah karena semakin menurunnya sebuah risiko pada perusahaan akan menambah pengaruh positif terhadap minat nasabah. Di sisi lain, pada variabel (simultan) menunjukkan bahwa *Handling of Complaint* (X_1), Persepsi Teknologi Informasi (X_2), Risiko (X_3) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap minat nasabah karena pelayanan yang baik akan mempertahankan nasabah dan kemudahan dalam mengakses serta keamanan dari segala macam kejahatan dalam bertransaksi menjadi nilai tambahan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, W. (2020). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran Virtual Account Pada Pembayaran Premi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2).
- Annur, C. M. (2023). *Penetrasi Internet Indonesia Peringkat ke-8 di ASEAN, Siapa Teratas?* databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/06/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-ke-8-di-asean-siapa-teratas>

- Arasy. (2015). Di Desa Tri Tunggal Kecamatan Babat Lamongan. *JProsiding Seminar Nasiona urnis Bisinis*, 64–68.
- Arizona, Y. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan Web, dan Informasi Online Banking Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*, 4(1), 1–17.
- Asti, I. S., Suyanto, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(2).
- Aulia, R., & Wazdi, A. I. (2022a). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Bank BSI KC Suniaraja Bandung. *Jurnal Dimamu*, 1(3).
- Aulia, R., & Wazdi, A. I. (2022b). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko Dan *Handling of Complaint* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Bank Mandiri Syariah KCP Kedaton). *Jurnal Dimamu*, 1(3).
- Deria, I. M. D., & Wiryawan, R. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Majalaya. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(2). <https://doi.org/10.35313/jaief.v2i2.3680>
- Fitriyani, A., Gunawan, R., & Andari, T. T. (2021). Analisis Pengaruh Keputusan Nasabah Berdasarkan Dampak Persepsi Teknologi Informasi, Fitur Layanan, dan Kemudahan memakai Internet Banking pada BNI Syariah. *Jurnal Visionida*, 2(7).
- Gagliano, K. B., & Hathcote, J. (1994). Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Retail Apparel Specialty Stores. *Journal of Services Marketing*, 8(1). <https://doi.org/10.1108/08876049410053311>
- Haris, I., & Anwar Sani, M. (2023). Tantangan dan Peluang Manajemen Produksi dan Operasi Di Era Digital. *Journal Of Islamic Business Management Studies* 4(2), 43–54.
- Iksan, M. N., & Hakim, S. (2024). *Pengaruh Teknologi Informasi , Risiko , Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah BSI Kota Palangka Raya Dalam Menggunakan Internet Banking*. 4(1).
- Internet World Stats. (2023). *Asia Internet Use, Population Statistics Data And Facebook Data – Mid – Year 2022*. [Www.Internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)
- Iqbal, M., Hasan, A., & Laili, I. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1).
- Kasman, I. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Di PT. BNI Di Lubuk Alung. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(4), 104–115.

- Laraspati, A. (2024). *Perkuat Layanan Nasabah, BSI Terus Kembangkan Inovasi & Teknologi Digital*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7182375/perkuat-layanan-nasabah-bsi-terus-kembangkan-inovasi-teknologi-digital>
- Maharsi, S., & Mulyadi, Y. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 18–28. <https://doi.org/10.9744/jak.9.1.pp.18-28>
- Matnin, Kunaifi, A., & Ubaidillah, A. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan *Handling of Complaints* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus BPRS Bakti Sumekar Cabang Pragaan). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02). <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.246>
- Melinda Lestari, N. (2020). Analisis Kuantitas Dan Kualitas Tenaga Kerja Perbankan Syariah Yang Terdampak Disrupsi Digital. *Ekonomi Islam*, 11(2), 109–126. <https://doi.org/10.22236/jei.v11i2.5894>
- Meta, C., & Effriyanti. (2020). *Publik Dan Penerapan International Financial Reporting Standards (Ifrs) Terhadap Audit*. 8(1), 1–14.
- Nasution, N., Faruqi, F., & Rahayu, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Tahun 2015-2018. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(01), 153–171. <https://doi.org/10.36406/jemi.v28i01.273>
- OCBC. (2022). *Nasabah Adalah: Pengertian, Manfaat, dan Jenis-Jenisnya*. OCBC. <https://www.ocbc.id/id/article/2022/09/27/nasabah-adalah>
- Raharjo, S. (t.t.). *Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. SPSS Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html?m=1>
- Rahma, F. K., Hartiyah, S., & Trihudiyatmanto, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, Volume 2 N*.
- Rizkitasari, F., & Nugroho, D. A. (2013). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Koreabuys.Com). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 17.
- Salim, A., Setiawan, M., Rofiaty, R., & Rohman, F. (2018). Focusing on complaints handling for customer satisfaction and loyalty: The case of Indonesian public banking. *European Research Studies Journal*, 21(3), 404–416. <https://doi.org/10.35808/ersj/1071>
- Sri Maharsi, & Fenny Fenny. (2006). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna *Internet Banking* Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1).
- Sugiyono. ; 2018. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.,

Septembfile:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-

SM.pdf file:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf 2016.

Susanti, E. (2021). Complaints Handling Satisfaction mediates between Complaints Handling to Customer Loyalty for the Indonesian Banking Industry. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(2). <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i2.69>

Taryono. (2022). Strategi Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bagi. *Journal of Islamic Business Management Studies*, 3(1), 33–44.

Theriady, H. S., & Ginting, D. B. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).

Zenna Mya Eka Pratiwi. (2016). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung. *Artide*.